

Kansen en bedreiging in telecomchannel onder de loep tijdens het 3^e Telecom Summit

Luidt IP het einde in van telecom?

De derde editie van het ChannelConnect Telecom Summit op 23 januari stond wederom in het teken van de (gespannen) relatie tussen leveranciers en operators versus ICT-resellers. In een relaxte sfeer kwamen onderwerpen als ISDN, millennials, Chinese leveranciers en kansen in algemene zin. Een uitgebreid verslag met de belangrijkste meningen staat in april in het jaarlijkse Telecom & VoIP Dossier van ChannelConnect.

Tekst René Frederick | Foto Marco Mekenkamp

Huis Oudegein in Nieuwegein is de thuisbasis van de ChannelConnect Summits. Vertegenwoordigers uit de top van de IT en telecom spreken over diverse onderwerpen in het ICT-kanaal. Jaarlijks komt ook telecom aan de orde in het Telecom Summit.

Proactief

Tien vertegenwoordigers van toonaangevende operators, distributeurs en (internationale) leveranciers van ICT-en telecomproducten gingen in discussie over actuele ontwikkelingen in het telecomkanaal. Over de hele linie zijn de deelnemers aan deze derde Telecom Summit het er over eens dat veel resellers het de komende jaren moeilijk gaan krijgen. Zeker als ze op de 'oude manier' blijven werken, gaat het lastig worden. Telecom schuift al jaren op naar de IT-hoek en door VoIP kunnen IT-resellers veel makkelijker telecomdiensten leveren. Resellers met telecom als specialisme moeten inspelen op die integratie van IT en telecom en zullen minder 'reactief' moeten acteren maar omtrenten naar 'proactief'. Resellers moeten volgens alle deelnemers echt toegevoegde waarde gaan bieden om bedrijven te ondersteunen met hun interne communicatiesystemen en hun contact met klanten. Dit signaal is bij de eerdere summits ook al gehoord dus het blijft een actueel thema.

De tafel ziet ook gebrek aan kennis bij partners als een uitdaging. Daarom willen ze ook dit jaar weer inzetten op meer training. De wereld van communicatie verandert immers snel en veel resellers hebben moeite deze veranderingen bij te benen. Dat ook nog eens de businessmodellen in de telecomsector veranderen, maakt het niet makkelijker.

Relatie operators en partners

Businessmodellen kwamen ook op andere wijze aan bod. Het gonst in de markt al enige tijd dat operators azen op de klanten van hun resellerpartners. De vraag lijkt dus gerechtvaardigd of zij hun partners richting bepaalde eindklanten zien als een lust of een last. Opmerkelijk was tijdens de summit één van de deelnemers aangaf in komende jaren hoogstwaarschijnlijk te gaan kiezen een hybride verkoopmodel. Het overweegt een deel van de (grootzakelijke) eindklanten in de toekomst vaker direct te zullen benaderen en bedienen. Buiten de partners om dus. Andere operators keken hier van op en zeiden deze koers niet te gaan varen. Is dit desondanks een teken aan de wand?

Microsoft

De verschuiving in de verhoudingen in het kanaal wordt ook al enige tijd beïnvloed door internationale bedrijven zoals Microsoft, Google en Facebook die steeds meer UC- en telecomdiensten bieden. Ook in vorige summits zijn zij besproken als bedreigen

voor operators en resellers. Maar steeds waren ze, ondanks herhaalde uitnodiging, niet aanwezig. Dit jaar zat Microsoft voor de eerste keer ook aan tafel. National Technology Officer Hans Bos vertegenwoordigde het bedrijf en, het moet gezegd, zijn aanwezigheid leidde tot een openhartige maar eerlijke discussie. Chapeau dat Bos zich waagde in het hol van de leeuw. Hij sprak honderduit over onder andere de ervaringen van Microsoft met de introductie van Office 365 en de integratie met Skype for Business waarmee het bedrijf in meerdere opzichten brak met het verleden. Kantoorapplicaties zijn daarmee immers niet meer enkel leverbaar op een (doorgaans gekopieerde) floppy of dvd maar komen uit de cloud en ze zijn geïntegreerd met communicatiediensten. Bos onthulde dat deze aanpak binnen Microsoft is ervaren als een behoorlijk risico. Bovendien zijn nu meer (voorheen ongebruikte) toepassingen van Office makkelijker beschikbaar voor klanten wat de complexiteit vergroot. De vraag was ook of klanten hierin de weg zouden weten te vinden en alle mogelijkheden ook daadwerkelijk optimaal zouden gebruiken. Het bedrijf heeft hierbij, ook intern, nog stappen te zetten. Dat Microsoft afgelopen jaren de stap naar telecom- en UC-diensten heeft gemaakt, was in vorige summits uitgebreid besproken door deelnemers. Nu had Microsoft de kans om te reageren en Bos deed dat voortreffelijk.



Deelnemers aan het Telecom Summit 2019, met van links naar rechts, bovenste rij: Eric Luteijn (ChannelConnect), Frank Ruigrok (RoutIT), Rick Sulman (SpeakUp), Micha Cohen (Xelion), Robert de Jager (dean one), Hans Bos (Microsoft) en Jort de Boer (Alcatel-Lucent Enterprise); onderste rij: René Frederick (gespreksleider en hoofdredacteur Telecom & VoIP Dossier), Guido Kok (freelance IT-consultant), Ronald Stokebrook (VoIPGRID), Nico Dammers (oneCentral), Filip de Jonge (Teledor) en Marc Samsom (Cisco).

Millennials

Via UC komt de discussie al gauw op de nieuwe generatie jonge werknemers die grote invloed (gaan) hebben op de manier waarop bedrijven intern en extern communiceren. Deze millennials bellen niet maar ze appen. Dit is ook de conclusie aan tafel. Belangrijker is echter de vraag hoe resellers hierop naar hun klanten acteren. Anticiperen eigenlijk. De deelnemers aan de discussie zien dat resellers daar wisselend mee omgaan. Sommige anticiperen op de trend en andere schuiven toch liever 'dozen'. Die laatste groep krijgt het volgens de discussiepartners zwaar.

China

Ook Chinese technologiefabrikanten zijn momenteel een topic in de telecomsector. In het kielzog van Huawei betreden, bij ons nog minder bekende, leveranciers zoals OnePlus, ZTE, Xiaomi,

Oppo en Meizu de Nederlandse markt. Zij distribueren niet alleen via operators en distributeurs, maar kiezen via eigen online kanalen ook voor de directe aanpak en zelfs onorthodoxe strategie met consumentenretailers buiten de telecomsector. Zo koos Xiaomi eind vorig jaar voor een samenwerking met het Kruidvat. Het kan toch niet anders dan dat deze trend een bedreiging is voor het telecomkanaal. Volgens de deelnemers valt dit mee want, hoewel de Chinese high-end smartphones fors goedkoper zijn dan die van de gevestigde merken en hoewel ze vrijwel vergelijkbare features bieden, ze zijn vooral voor de consumentenmarkt. Zakelijke klanten houden volgens de tafel nog vast aan bekende merken en zullen niet gauw overstappen op deze discounters.

ISDN2

Na alle discussies over innovatie is er nog de onvermijdelijke uitfasering van ISDN2

later dit jaar. Hoewel de exacte plannen van KPN bij geen van de deelnemers bekend zijn, zien ze dit gegeven geen van allen als een probleem voor eindklanten. Geschat wordt dat nog zo'n 160.000 aansluitingen op ISDN2 zitten. De verwachting is dat de migratie naar IP voor al deze bedrijven eenvoudig voor de deadline van 1 september kan worden geregeld. Alle leveranciers en operators aan tafel zitten er naar eigen zeggen via hun partners immers bovenop. En alom is men van mening dat de overstap van ISDN naar IP een kans is voor het kanaal. Daarmee is met het einde van ISDN een van de laatste restjes telecom ook verleden tijd. «

Een uitgebreid verslag van het Telecom Summit 2019 verschijnt in april in het Telecom & VoIP Dossier van ChannelConnect.